

**UNIVERSITAS BINA NUSANTARA**

---

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi  
Jurusan Komunikasi Pemasaran  
Skripsi Sarjana Marketing Komunikasi  
Semester Genap 2014/2015

**ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN FITBAR DALAM  
MENGELOLA REPUTASI PT KALBE NUTRITIONALS**

**Juwita Putri 1501163584**

**LQ51**

**Abstrak**

*Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi utama Fitbar dalam mengelola reputasi PT Kalbe Nutritionals sehingga Fitbar mampu menjadi top 4 sales terbaik perusahaan (4%) di usianya yang baru 3 tahun sejak muncul pada tahun 2012, dan berhasil mendapatkan banyak penghargaan bagi Fitbar dan PT Kalbe Nutritionals. Metode penelitian yang telah dilakukan adalah kualitatif deskriptif. Analisis dilakukan dengan reduksi data dari hasil wawancara dan observasi. Hasil Penelitian yang dicapai adalah Strategi yang digunakan Fitbar dalam mengelola reputasi PT Kalbe Nutritionals adalah Strategi Dorong dan Strategi Tarik. Strategi Dorong yang dilakukan Fitbar adalah menggunakan promosi penjualan menggunakan saluran distribusi dan promosi penjualan menggunakan internet, Strategi Tarik Fitbar adalah melalui bauran promosi secara keseluruhan mencakup periklanan, penjualan perseorangan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung, dan pemasaran online. Simpulan dari penelitian adalah strategi utama Fitbar dalam mengelola reputasi PT Kalbe Nutritionals adalah melalui kegiatan promosi menggunakan POP Display dimana memberikan kontribusi 68.8% dari penjualan seluruh saluran pemasaran Fitbar, sampling berkontribusi 21.77%, event sebesar 3.42%, dan Social Media berkontribusi dalam meningkatkan awareness dimana disesuaikan dengan tujuannya yaitu customer engagement, memiliki kenaikan 0.42% (Januari-Februari) dan 0.08% (Februari-Maret) selama 3 bulan pertama tahun 2015. (J)*

**Kata Kunci:** Strategi Bauran Pemasaran, Reputasi

**UNIVERSITAS BINUS NUSANTARA**

---

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi  
Jurusan Komunikasi Pemasaran  
Skripsi Sarjana Marketing Komunikasi  
Semester Genap 2014/2015

**ANALYSIS OF FITBAR'S MARKETING MIX STRATEGY IN MANAGING  
REPUTATION OF PT KALBE NUTRITIONALS**

**Juwita Putri 1501163584**

**LQ51**

**Abstract**

*This study aims to determine the main strategy Fitbar in managing the reputation of PT Kalbe Nutritionals so Fitbar able to become a top 4 best sales companies (4%) at the age of 3 years since it emerged in 2012, and managed to get a lot of awards for Fitbar and PT Kalbe Nutritionals, Research Methods was qualitative descriptive. The analysis was performed with data reduction of interviews and observations. Research results are achieved Fitbar strategy used in managing the reputation of PT Kalbe Nutritionals is Pushing Strategy and Pulling Strategy. Pushing Strategy conducted Fitbar is using sales promotions using distribution channels and sales promotion using the internet, Pulling Strategy Fitbar is through the overall promotion mix includes advertising, personal selling, sales promotion, public relations, direct marketing, and online marketing. The conclusions of the study is the main strategy in managing reputation Fitbar PT Kalbe Nutritionals is through promotional activities using POP Display which contributed 68.8% of sales throughout the marketing channel Fitbar, sampling contributed 21.77%, event at 3:42%, and Social Media which contributed in increasing awareness adapted to the goal of customer engagement, has 0,42% (January-February) and 12:08% (February-March) during the first 3 months of 2015. (J)*

**Keyword:** Marketing Mix, Reputation

